

Что касается цен на услуги сельского туризма, то их спектр позволяет удовлетворить разные запросы потребителей. Предложения цен колеблются в зависимости от места положения объекта, качества предлагаемых услуг, квалификации обслуживающего персонала, а также сезонности прибытия. Так, например, в Алтайском крае ценовые предложения за ночлег (без питания) составляют от 200 руб. в летнем доме до 500 руб. в гостевом доме с удобствами. А вот ближе к московскому мегаполису стандартное размещение обходится в 800-1000 руб. за койко-место [1]. Действуют и скидки. Например, скидки за аренду дома в будние дни составляют 10-20%, а за проживание более двух дней – до 30%. Отдельные хозяева поощряют скидками с цены семейный отдых с детьми, постоянных клиентов, посетителей во внесезонное время – осенний и зимний периоды [4].

В заключение хотелось бы отметить, что сельский туризм – это одно из важнейших направлений в развитии села, потому как является альтернативой его индустриализации и средством содержания населения в слабо развитых в промышленном отношении регионах [2].

#### **Литература**

1. Агаларова Е.Г., Косинова Е.А. Особенности формирования агротуристического рынка в России // Молодой ученый. 2012. №11.
2. Вотановская М.А., Апажихова Н.В. Применение культурных технологий в сельском туризме [Электронный ресурс]: URL: <http://rusintechcuba.ru/uncategorized/1429-применение-культуроохранных-техно/> (дата обращения 01.11.2015)
3. Деточенко Л.С. Сельский туризм в России. Возможности и перспективы // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2010. № 6.
4. Сельский туризм в России: первый общероссийский каталог [Электронный ресурс]: URL: <http://www.naselo.ru/news/id21311> (дата обращения 01.11.2015)

Н. С. Тютин, В. С. Тютин

## **РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ НА УРАЛЬСКОМ РЫНКЕ ТУРИЗМА В ЛЕТНИХ СЕЗОНАХ 2013–2015 гг.**

В данной статье рассмотрено, каким образом изменились летние полетные программы за период 2013-2015 года. Проанализированы перспективы греческого направления за данный период, а также проанализированы новые направления полетов авиакомпании «Уральские авиалинии».

*Ключевые слова:* полетная программа, «Уральские авиалинии», Греция, спрос, авиакомпания.

## THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL DIRECTIONS AT THE URAL TOURIST MARKET DURING 2013–2015 SUMMER SEASONS

This article important place takes the flight programs over a period of summer 2013-2015. The perspectives of Greece direction are analyzed over the same period, also are analyzed the new fly directions of airline company "Ural Airlines".

*Key words:* flight program, "Ural Airlines", Greece, demand, airline company.

Изречение Гераклита «все течет, все изменяется» оказалось чрезвычайно актуально для индустрии туризма в последнее время: летние полетные программы за период с 2013-2015 изменились кардинально. Туриндустрия подвержена влиянию извне, и летний сезон 2015 года это доказал. На фоне мировой нестабильности и санкционной политики главным для ТО, ТА и авиакомпаний было открытие новых привлекательных направлений, главным образом, раскрытие потенциала российских курортов.

Политика, направленная на развитие внутреннего туризма в России, четко прослеживается на примере полетной программы «Лето-2015», где впервые появились прямые рейсы из Екатеринбурга до Анапы, Симферополя, Сочи, Геленджика, с частотой рейсов от 3/4 раз в неделю до ежедневных перелетов. Полеты осуществляют «Уральские авиалинии», «Ямал», «Донавиа», «Трансаэро», «Победа», услуги туроператорской деятельности оказывают: «Evroport», «Coral Travel», «More Travel», «Библио Глобус», «Трансаэротур», «Алеан» и «НКТ Интурист» [3].

Вопрос в том, что от всего этого получит российский турист? Главным плюсом можно считать появление возможности выбрать, где и за какие деньги отдохнуть.

Претерпели изменения по количеству рейсов страны из «джентельменского набора»: Турция, Египет, Греция.

В Египет увеличивается частота полетов с 2013 года, где свои услуги предоставляли 4 авиакомпании: «Оренбургские авиалинии», «Уральские авиалинии», «Трансаэро» и «UTair», в 2014 году «оренбуржцы» уступают место московской компании «Nord Wind», «UTair», «Трансаэро» – и это уже без «Уральских авиалиний», которые по результатам 2015 года прочно «захватили» воздушное пространство по международным направлениям на уральском туррынке [2]. В летнем сезоне 2015 года данное направление представляют уже 7 авиакомпаний с внушающей частотой вылетов и увеличением количества кресел [3].

В Турцию летом 2013 года туристов перевозили «Nord Wind», «Трансаэро», «UTair», «Уральские авиалинии», в 2014 к ним добавляются «Оренбургские авиалинии» в сотрудничестве с туроператором «TezTour». Август сезона лета 2014 был знаменателен уходом с рынка оператора «Лабиринт» из-за скандала, связанного с присвоением 100 миллионов рублей и приостановкой деятельности.

В сезоне лета 2015 турецкое направление обслуживают «Nord Wind», «Трансаэро», «UTair», «Уральские авиалинии», «Turkish Airlines». Первыми из туроператоров, кто забронировал билеты на 11 и 20 апреля, были «Corel Travel» и «Anex Tour», за которыми подключились «Pegas Touristik», «Tez Tour» и «Sunmar».

Данные цифры свидетельствуют о том, что интерес к Египту и Турции остается стабильным, невзирая на непростую ситуацию на Ближнем Востоке.

Что касается Греции, то начиная с 2013 года и по настоящее время, эта страна находится в центре пристального внимания. Часто можно услышать слухи о том, что новый сезон будет тяжелее, чем предыдущий, но в итоге летние сезоны 2013 и 2014 годов были один другого успешнее.

В сезоне лето-2014 «Музенидис Трэвел» представил собственную цепочку раз в 10 дней вместе с «Уральскими авиалиниями». Данное решение, по словам Александра Цандекиди, генерального директора «Музенидис Трэвел» в России, было принято из-за повышенного интереса уральцев к этому направлению. При этом стоит отметить, что туроператор сменил перевозчика по собственной программе в Салоники с «Astra Airlines» на «Уральские авиалинии».

По количеству авиакомпаний, представленных на рынке, сезон лето-2014 является рекордсменом – шесть (2014 год) против четырех (2013 год) и трех (2015 год) соответственно. Следует подчеркнуть, что сезон лето-2015 показывает худшие показатели за указанный выше промежуток времени, а именно: сокращение кресел, уменьшение авиакомпаний, работающих на греческом направлении, более позднее начало программы (конец мая вместо конца апреля) и снижение частоты перелетов.

Отметим, что свои коррективы внесла политическая обстановка в Греции, санкции, угроза дефолта и возможность выхода из Еврозоны.

По данным таблиц, представленных на сайте «Profi.travel», в категорию с пониженным спросом стоит отнести Германию. По сравнению с 2014 годом данное направление обслуживали 2 авиакомпании («Уральские авиалинии», «Оренбургские авиалинии») и 3 туроператора («Русский экспресс», «Evroport», «More travel»), общее количество кресел в неделю 345, а уже в 2015 году по данному направлению перестали осуществлять полеты вообще.

Сокращение произошло на болгарском направлении. Уменьшение кресел за сезон 2015 года по сравнению с 2013 и 2014 составил более чем 500 мест в неделю. Другими словами, остался только один авиаперевозчик и семь туроператоров, которые с ним сотрудничают.

Не может не радовать расширение влияния компании «Уральские авиалинии». Начиная с 2014 года, авиакомпания «Уральские авиалинии» открывает новую страну, новое направление. В 2014 году этим открытием стала Армения. Перелеты осуществлялись 1 раз в неделю в сотрудничестве с 1 туроператором «Evroport». В сезоне лето-2015 сохранилось направление в Армению, частота перелетов стала 2 раза в неделю, т.е. увеличение составило 156 кресел, в сотрудничестве с тремя туроператорами: «Evroport», «Русский экспресс», «Трансаэро тур».

В сезоне лето-2015 к странам, в которые осуществляются рейсы, добавился Азербайджан, частотность вылетов 2 раза в неделю по 156 мест, туроператор «Evroport».

Подводя итог, отметим, что за период летних сезонов с 2013 по 2015 год произошли изменения в туризме не только по международным, но и по внутренним направлениям на уральском туррынке. В свою очередь, данный факт благотворно сказывается на росте внутреннего туризма, появлении новых туроператоров, возрастании конкуренции, что положительно сказывается на потребителях – туристах.

#### **Литература**

- 1) Полетные программы за 2015 год [Электронный ресурс]: URL: <http://ural.turprofi.ru/12674/avia> (дата обращения 25.10.2015)
- 2) Полетные программы за 2014 год [Электронный ресурс]: URL: [http://ural.turprofi.ru/articles/\\_aview\\_b438900](http://ural.turprofi.ru/articles/_aview_b438900) (дата обращения 25.10.2015)
- 3) Полетные программы за 2013 год [Электронный ресурс]: URL: [http://ural.turprofi.ru/articles/\\_aview\\_b421936](http://ural.turprofi.ru/articles/_aview_b421936) (дата обращения 25.10.2015)

Ю. А. Феофанова

## **ПРОБЛЕМА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЬТЫ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

В статье описывается проблема позиционирования Мальты и ее туристического продукта на международном и российском туристских рынках. Также в статье определена туристская целевая аудитория Мальты, рассмотрены виды туризма, на которые ориентируется Мальта сейчас и на какие полагает ориентироваться в бу-